

Минобрнауки России
«Юго–Западный государственный университет»
Кафедра теоретической и прикладной лингвистики

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Теория и практика периодической печати»

(наименование дисциплины)

на тему «Журналы гик-культуры в системе российской периодики»

Направление подготовки 42.03.02 Журналистика

(код, наименование)

Автор работы

А. Г. Баева

(инициалы, фамилия)

(подпись, дата)

Группа ЖР-216

Руководитель работы

Е.А. Беспалова

(инициалы, фамилия)

(подпись, дата)

Работа защищена

(дата)

Оценка _____

Члены комиссии

(подпись, дата)

И. А. Михайлов

(инициалы, фамилия)

(подпись, дата)

Г. В. Попова

(инициалы, фамилия)

Курск, 2026 г.

Минобрнауки России
Юго-Западный государственный университет

Кафедра теоретической и прикладной лингвистики

ЗАДАНИЕ НА КУРСОВУЮ РАБОТУ

Студент Баева А. Г. шифр 22-04-0080 группа ЖР-216

1. Тема «Журналы гик-культуры в системе российской периодики»

2. Срок представления работы к защите «25» декабря 2025 г.

3. Исходные данные: проанализировать эволюцию гик-культуры в России и становление её медиасистемы; выявить ключевые типологические особенности современных журналов гик-культуры; установить структурно-содержательные особенности отечественного журнала «Мир фантастики» как ведущего аналитического издания гик-коммьюнити; охарактеризовать специфику контента и формата массового подросткового журнала «Все звезды»; провести сравнительный анализ моделей функционирования, аудитории и бизнес-стратегий данных изданий в условиях цифровой трансформации медиа.

4. Содержание пояснительной записки курсовой работы:

4.1 Введение

4.2 Основная часть (по главам)

4.3 Заключение

4.4 Список использованных источников

5. Перечень графического материала: графический курс не предусмотрен.

Руководитель работы

(подпись, дата)

Е.А. Беспалова
(инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению

(подпись, дата)

А. Г. Баева
(инициалы, фамилия)

Реферат

Текстовый документ 38 с., 43 источника.

Ключевые слова: гик-культура, нишевые медиа, цифровая трансформация, комьюнити-ориентированная модель, массовая культура.

Объект исследования – российские журналы гик-культуры.

Предмет изучения – эволюция, типологические особенности, структура, содержание и бизнес-модели журналов гик-культуры на примере изданий «Мир фантастики» и «Все звезды».

Цель исследования – выявить и проанализировать особенности функционирования и развития журналов гик-культуры в России на современном этапе.

Методы исследования: метод реферирования научной литературы, аналитико-синтетический метод, описательный метод, метод интерпретации данных.

Научная новизна исследования определяется тем, что типологические особенности журналов гик-культуры и тенденции их развития рассматриваются в контексте трансформации гик-культуры из маргинального феномена в мейнстрим, а также в условиях кризиса традиционных печатных бизнес-моделей и перехода к комьюнити-ориентированным стратегиям.

Теоретическая значимость исследования состоит в систематизации знаний о гик-журналистике как о самостоятельном сегменте медиа, уточнении её типологических характеристик и вкладе в понимание эволюции нишевой периодики в цифровую эпоху.

Практическая ценность заключается в том, что результаты и материалы исследования могут быть использованы в практике редакционной работы нишевых медиа, при разработке контент- и бизнес-стратегий для проектов, ориентированных на увлечённые сообщества, а также в учебном процессе при изучении курсов, посвящённых современной журналистике и медиаменеджменту.

Abstract

Text document 38 p., 43 sources.

Keywords: geek culture, niche media, digital transformation, community-oriented model, mass culture.

The object of research is Russian geek culture magazines.

The subject of study is the evolution, typological features, structure, content, and business models of geek culture magazines, using the examples of «Mir Fantastiki» and «Vse Zvezdy».

The purpose of the study is to identify and analyze the features of the functioning and development of geek culture magazines in Russia at the current stage.

Research methods: scientific literature review method, analytical and synthetic method, descriptive method, and data interpretation method.

The scientific novelty of the study lies in the fact that the typological features of geek culture magazines and their development trends are examined in the context of the transformation of geek culture from a marginal phenomenon to a mainstream one, as well as in the context of the crisis of traditional print business models and the transition to community-oriented strategies.

The theoretical significance of the research consists in systematizing knowledge about geek journalism as an independent media segment, clarifying its typological characteristics and contribution to understanding the evolution of niche periodicals in the digital era.

The practical value lies in the fact that the results and materials of the research can be used in the editorial practice of niche media, in the development of content and business strategies for projects focused on enthusiast communities, as well as in the educational process when studying courses on modern journalism and media management.

Содержание

Введение	6
Глава 1 Теоретические подходы к изучению журналов гик-культуры	10
1.1 История развития журналов гик-культуры в России XXI века	10
1.2 Типологические особенности журналов гик-культуры	10
Выводы по первой главе	18
Глава 2 Структурно-содержательные особенности журналов «Мир фантастики» и «Все звезды»	20
2.1 Специфика контента журнала «Мир фантастики»	20
2.2 Особенности структуры и содержания журнала «Все звезды»	23
2.3 Сравнительный анализ журналов «Мир фантастики» и «Все звезды»	26
Выводы по второй главе	29
Заключение	29
Список использованных источников	31

Введение

Наступление XXI века стало не просто сменой тысячелетий, а временем глубокого перелома в культурной жизни общества, повлекшего за собой появление новых форм самоидентификации и взаимодействия с медиа. Одним из ярчайших феноменов этого периода является стремительный взлёт гик-культуры - некогда маргинального круга увлечений, связанных с фантастикой, видеоиграми, комиксами и технологиями, до уровня глобального мейнстрима. Из сферы интересов узкого круга энтузиастов она превратилась в мощную индустрию, формирующую повестку дня для миллионов.

В России этот процесс, несколько запоздавший по сравнению с Западом, к 2010-м годам достиг своего пика, что отразилось в проведении крупных фестивалей, росте рынка соответствующего контента и, что особенно важно для данного исследования, в становлении сегмента специализированной периодики, призванной обслуживать интересы новой аудитории.

Чутко реагируя на запросы времени, издательский рынок ответил появлением профессиональных журналов, взявших на себя роль проводников, критиков и аналитиков для растущего сообщества. Однако их развитие изначально происходило в условиях двойного вызова: необходимо было не только осмыслить стремительно усложняющийся объект - саму гик-культуру, но и найти своё место в эпоху тотальной цифровизации.

В условиях, когда интернет стал основным источником информации, судьба традиционных печатных нишевых изданий оказалась под серьёзным вопросом, что делает изучение их адаптационных стратегий и текущего положения в медиасистеме особенно актуальным.

Несмотря на очевидную значимость явления, в отечественном научном дискурсе гик-журналистика как самостоятельный и целостный сегмент изучена недостаточно. Исследовательское внимание, как правило, фокусируется либо на литературной фантастике в отрыве от её экранных воплощений, либо на игровой прессе как на обособленном направлении.

Комплексных работ, посвящённых именно синкретическим изданиям, которые объединяют под одной обложкой кино, литературу, игры и науку в контексте общих трансформаций медиарынка, практически нет.

Теоретическая база, прямо посвящённая специфике этой журналистики, ограничена, что обусловило необходимость привлечения в качестве эмпирического материала самих текстов изданий, интервью с редакторами, данных отраслевой статистики и анализа цифрового взаимодействия с аудиторией.

Актуальность темы данной работы определяется необходимостью осмысления места и перспектив журналов гик-культуры в современной российской медиасреде. В ситуации кризиса классических бизнес-моделей печатной прессы именно эти издания демонстрируют парадоксальные примеры устойчивости - от возрождения силами читательского краудфандинга до успешной эксплуатации ностальгических форматов. Их опыт является важным кейсом для понимания возможных путей развития всей специализированной периодики.

Цель исследования - определить типологические черты, структурно-содержательные особенности и стратегии адаптации журналов гик-культуры в современной российской медиасистеме.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1 изучить историю становления и развития гик-культуры в России как социокультурного контекста для формирования соответствующей периодики;
- 2 выявить ключевые типологические признаки журналов гик-культуры;
- 3 проанализировать специфику контента и редакционной политики журнала «Мир фантастики» как репрезентативного примера аналитического «издания-института»;

4 охарактеризовать структурные и содержательные особенности журнала «Все звезды» как примера массового развлекательного продукта;

5 провести сравнительный анализ двух изданий для выявления общих черт и принципиальных различий в их подходах к аудитории, контенту и экономическим моделям.

Объект исследования - российские журналы гик-культуры как сегмент современной периодики.

Предмет исследования - структурно-содержательные особенности, типологические характеристики и медиастратегии журналов «Мир фантастики» и «Все звезды».

Теоретической основой стали работы специалистов, изучающих феномен гик-культуры, нишевые медиа и современные медиапрактики (И. А. Владимиров [10], Л. А. Брушкова [9], А. А. Новикова [19]), а также теоретиков, исследующих фандомы и интерпретативные сообщества в цифровой среде (Г. М. Казакова [1], Е. А. Андреев [1, 2], И. М. Быховская [6]).

Эмпирическим материалом послужили печатные выпуски журналов «Мир фантастики» (№ 262 (сентябрь 2025 г.), № 263 (октябрь 2025 г.), № 264 (ноябрь 2025 г.)) и «Все звезды» (№ 678 (июнь 2025 г.), № 690, 691 (декабрь 2025 г.)), контент их официальных сайтов и сообществ в социальных сетях, публикации в отраслевых медиа, а также данные о тиражах и краудфандинговых кампаниях.

В работе использовались следующие **методы исследования**: метод реферирования научной литературы, аналитико-синтетический метод, описательный метод, метод интерпретации данных.

Научная новизна исследования определяется тем, что типологические особенности журналов гик-культуры и тенденции их развития рассматриваются в контексте трансформации гик-культуры из маргинального феномена в мейнстрим, а также в условиях кризиса традиционных печатных бизнес-моделей и перехода к комьюнити-ориентированным стратегиям.

Теоретическая значимость работы состоит в систематизации типологических признаков журналов гик-культуры и вкладе в изучение процессов сегментации и трансформации современной российской периодики.

Практическая ценность заключается в том, что выводы исследования могут быть использованы медиаменеджерами и издателями при разработке стратегий развития нишевых СМИ, а также в учебном процессе при подготовке специалистов в области медиакommunikаций и культурной журналистики.

Структура работы обусловлена целью и задачами исследования и состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников.

Глава 1 Теоретические подходы к изучению журналов гик-культуры

1.1 История развития журналов гик-культуры в России XXI века

Формирование сегмента специализированной периодики, к которой относятся исследуемые журналы «Мир фантастики» и «Все звезды», неразрывно связано с возникновением и институционализацией гик-культуры как значимого социокультурного феномена. Для корректного анализа данного контекста необходимо зафиксировать базовые дефиниции.

В академическом дискурсе гик-культура (англ. geek culture) понимается как сложный и многогранный феномен. Она представляет собой динамичное сообщество, объединённое глубокой, почти экспертной увлечённостью определёнными темами (фантастика, игры, технологии, поп-культура) и активным использованием медиа для коммуникации и самоорганизации [1]. Из маргинальной субкультуры, связанной с малоизвестными медиа, она к началу XXI века превратилась в влиятельный сегмент массовой культуры, формирующий особый способ коллективной идентичности [1; 2]. Ключевыми чертами гик-культуры являются культ «канона» (официальной истории вселенной), коллективное производство знаний и переход от пассивного потребления к активному творческому соучастию [3]. Популярная культура является ареной борьбы за значения, и активная роль потребителей (читателей, зрителей, игроков) в присвоении и переработке культурных текстов – ключевой механизм ее функционирования [3].

Основным субъектом этой культуры является гик (от англ. geek) – индивид, для которого характерна глубокая, часто одержимая, увлечённость узкой сферой интересов (технологиями, фантастикой, комиксами, видеоиграми) [2; 4]. Эта увлечённость, сопряжённая с развитием исключительной экспертизы и самоотдачи, становится для него основным источником идентичности и социальных связей [5]. В современном дискурсе этот термин носит позитивный характер, маркируя принадлежность

к особому сообществу, основанному на знаниях и страсти. Эмпирические исследования указывают на связь высокой вовлеченности в гик-культуру с такими индивидуальными особенностями, как открытость новому опыту и потребность в творческом самовыражении, что объясняет глубину погружения адептов в предмет своего интереса [5].

Структурной единицей и движущей силой гик-культуры выступает фандом (от англ. fandom) – организованное сообщество поклонников, объединённых привязанностью к конкретному медиатексту, жанру или знаменитости [6]. Фандом характеризуется интенсивным социальным взаимодействием, совместным производством смыслов (обсуждения, теории) и фанатским творчеством (фанарт, фанфики, косплей). В контексте медиа фандомы выступают как активные интерпретативные сообщества, чья лояльность и вовлечённость становятся ключевым ресурсом для изданий [7; 8].

Таким образом, именно в контексте сложившейся гик-культуры с её чёткими социальными ролями (гик), устойчивыми практиками и сплочёнными сообществами (фандом) журналы «Мир фантастики» и «Все звезды» выступают как ключевые медиапродукты, обслуживающие и формирующие данную аудиторию.

Развитие этих специализированных журналов в России за последние два десятилетия является прямым зеркалом описанной выше эволюции: от маргинального увлечения горстки энтузиастов до мощного культурного пласта со своей развитой медиасредой. Это становление стало частью общемирового тренда, описанного футурологом Элвином Тоффлером, чьи идеи о дроблении общества на мини-культуры легли в основу анализа гик-культуры как суперсубкультуры [9]. Однако в отличие от классических молодёжных движений, гик-культура, как одна из новых суперсубкультур, не стремится к изоляции, а, напротив, «стремится интегрироваться в мировое культурное пространство» [1].

Этот путь можно разделить на три ключевых этапа, каждый из которых был тесно связан с изменением смысла и масштаба понятия «гик» в российском обществе [1; 10].

Первый этап (рубеж 1990-х – 2000-е годы) стал временем зарождения и становления. В начале века термин «гик» в России только начинал терять негативный оттенок, и его значение ассоциировалось преимущественно с «увлеченным компьютерами человеком» [1]. Сообщество было разрозненным, и рынок специализированной прессы только формировался. Знаковым событием стал запуск в 2003 году журнала «Мир фантастики».

В отличие от литературных журналов прошлого, он сделал ставку на широту охвата: не только книги, но и кино, игры, комиксы [7]. Это отвечало запросу формирующейся аудитории, для которой эти миры были неразделимы.

Параллельно развивались узконишевые проекты вроде «Игромании» и массовые журналы-постеры («Все звезды»), обслуживавшие фанатский интерес к поп-культуре [11; 12]. Этот процесс легитимации поддерживался и глобальным трендом: быть гиком становилось модным, чему способствовал образ успешных «техногиков» вроде Джобса, Цукерберга или Маска [1]. Внутренняя сложность гик-среды проявилась уже в этот период: наряду с массовыми увлечениями формировались узкие, интеллектуальные сообщества, такие как российские «рационалисты». Объединившись вокруг американского фанфика, его участники, по выражению Forbes, стремились «работать с мозгом, как с компьютером», обсуждая когнитивные искажения и теорию. Эта разнородность интересов создавала запрос на медиа нового типа, способные объединять разрозненные темы.

Второй этап (2010-е годы) ознаменовался пиком легитимации и выходом в мейнстрим. В это время, как отмечают исследователи, «любить мультфильмы, сериалы, комиксы... стало нормально». Гик-культура превратилась в мощную культурную и коммерческую силу, окончательно выйдя в мейнстрим благодаря успехам Marvel, сериалам вроде «Теории Большого Взрыва» и масштабным фестивалям, таким как Comic Con Russia.

«Мир фантастики» в 2014 году официально закрепил за собой статус «Главного geek-журнала», предлагая аудитории не новости, а глубокую аналитику и разборы вселенных [13; 14]. Обращение к классическим настольным ролевым играм, таким как Dungeons & Dragons, в 2010-е годы демонстрирует не только ностальгию, но и запрос на сложные, нарративные формы досуга, предполагающие совместное творчество, что характерно для зрелой фазы развития гик-сообщества [14].

Именно в этот период особенно ярко проявился экономический потенциал нишевых гик-увлечений. Например, издательства настольных игр выделили специальный «гик-сегмент», ориентированный на взрослую (30–45 лет), финансово состоятельную аудиторию, готовую инвестировать в сложные и дорогие хобби. Этот коммерческий успех подтвердил, что гик-культура перестала быть подростковым увлечением и стала устойчивой частью рынка. Коммерческая состоятельность аудитории, однако, не спасла традиционные печатные бизнес-модели.

К концу 2010-х традиционная бумажная модель изданий, зависящая от продаж в киосках, исчерпала себя. Объявление о закрытии «Мира фантастики» в 2018 году стало символом кризиса. Спасением оказалась краудфандинговая модель, когда само сообщество за несколько дней собрало миллионы рублей на продолжение выпуска, что наглядно доказало, что издание стало не просто продуктом, а важным институтом для сплоченного комьюнити [7].

Таким образом, увлечения, бывшие когда-то нишевыми, к концу 2010-х годов окончательно вошли в культурный мейнстрим, став доступными и популярными для широкой аудитории.

Третий, современный этап (2020-е годы) характеризуется окончательным переходом в цифровую среду и трансформацией в «постсубкультурное пространство с гибкой идентичностью» [1]. Бумажные выпуски стали премиум-форматом [12]. Доминируют новые форматы: видеоблоги на YouTube, дайджесты в Telegram, подкасты и активные сообщества в соцсетях [8]. Контент стал синкретичным, стирая границы

между играми, кино, наукой и мемами [15]. Это отражает современную суть гик-культуры.

Процессы конструирования идентичности в гик-среде можно анализировать через классические социологические концепции. Так, понятие «обобщенного Другого» Дж. Г. Мида помогает понять, как нормы и ценности сообщества усваиваются индивидом [16], а теория «социальной самости» Ч. Кули описывает, как представление о себе формируется через восприятие реакции других участников фандома [17]. Это взаимодействие часто принимает форму перформанса, где индивид, по И. Гофману, сознательно предъявляет определенный образ «Я», соответствующий ожиданиям гик-сообщества [18]. Эти теоретические рамки позволяют увидеть в читательских письмах в журнал, тематических косплей-фотографиях или онлайн-дискуссиях на форуме издания не просто увлеченность, а сложный процесс социального позиционирования и поиска признания внутри значимой референтной группы.

Исследователи подчёркивают, что объединяющей чертой современного гика является не конкретный набор увлечений, а общий подход – глубокая погружённость в тему, стремление к коллекционированию и активное участие в тематических сообществах [5; 9]. Выживают те медиа, что смогли построить прямое доверие с аудиторией, став для неё не просто источником информации, а частью культурного кода и платформой для самоорганизации [8]. Этот сформировавшийся образ жизни позволяет находить профессиональное призвание в IT или игровой разработке, окончательно стирая грань между хобби и карьерой.

Таким образом, история российских гик-журналов – это путь от бумажных проводников в нишевые миры до цифровых центров кристаллизации крупного, самоорганизующегося сообщества, чьи интересы из субкультурных превратились в одну из доминант современной массовой культуры.

1.2 Типологические особенности журналов гик-культуры

Журналы гик-культуры в России, будучи прямым отражением и институциональным оформлением самой этой суперсубкультуры [9], обладают рядом устойчивых типологических черт, выделяющих их в общей системе российской периодики [19]. Их формирование и развитие обусловлено как уникальным характером аудитории – гиков, так и процессами цифровой трансформации медиасферы.

Как отмечается в исследованиях, гик-культура представляет собой «суперсубкультуру цифровой эпохи» [9], для представителей которой характерны глубокая увлечённость определённой темой, объединение в сообщества по интересам (как онлайн, так и офлайн), активное использование новых медиа и участие в создании контента [1]. Именно на эту аудиторию, формирующую особый «социокультурный феномен» с высокой степенью самоорганизации и специфическим языком, и ориентированы рассматриваемые издания [10].

Анализ позволяет выделить пять ключевых типологических признаков современных российских гик-журналов, сформированных в диалоге с запросами аудитории и медиасреды.

Целевое назначение и читательская аудитория. Эти издания обладают ярко выраженной аудиторной специализацией, целенаправленно работая для увлечённого и компетентного сообщества, а не для широкой публики. Их миссия выходит далеко за рамки простого информирования. Помимо базовой информационно-рекреативной функции (новости, анонсы, обзоры), они выполняют мощную коммуникативно-интеграционную роль, создавая платформу для диалога внутри комьюнити. Более того, на них ложится культуроформирующая и нормативная миссия: через аналитические статьи и экспертные мнения они участвуют в формировании вкусов и ценностных ориентиров внутри гик-среды. Не менее значима просветительская, или

энциклопедическая, функция, удовлетворяющая присущую гика потребность в глубоком, детальном знании предмета своего увлечения [1].

Тематическая направленность и внутренняя структура. Важнейшей чертой является тематический синкретизм. В отличие от узкоспециализированных журналов прошлого (например, только о компьютерных играх), современные гик-медиа сознательно объединяют в рамках одного номера материалы о смежных областях: кино, сериалах, видеоиграх, комиксах, настольных играх и технологиях. Это соответствует комплексной природе интересов гика, у которого «любовь к популярной культуре может соседствовать со стремлением "стать уникальным" в конкретной теме». Эволюция от узкоигровых изданий 1990-х к мультитематическим гик-медиа 2000-х наглядно демонстрирует этот процесс. Так, ранние журналы, подобные «Великому Дракону» (1995-2004) или «Game.EXE» (1995-2006), были сфокусированы преимущественно на видеоиграх, выполняя роль проводника в этот новый для России мир. В 2000-е годы такие издания, как «Мир фантастики» или «Игромания», расширили тематические границы, превратившись из узкого гика в интегральный культурный навигатор, что отвечало запросам сформировавшейся гик-аудитории с её синкретичными интересами.

Форма издания, периодичность и способ распространения. Третьей типологической характеристикой является обязательная конвергентность и кроссплатформенность. Успешное гик-медиа представляет собой ядро цифровой экосистемы, включающей оперативно обновляемый сайт, активные сообщества в социальных сетях, подкасты и видеоконтент. Эта мультиплатформенность позволяет поддерживать постоянный контакт с аудиторией, по своей природе тяготеющей к онлайн-среде. Данный переход от доминирования печатного формата к цифровой экосистеме является общим трендом для всей нишевой периодики [19]. Как отмечается в ретроспективе, «эпоха бумаги ушла окончательно», а «гик-журналистика» окончательно заняла место чисто игровой, стерев прежние границы тем.

А. А. Новикова подчеркивает, что стратегия выживания печатных СМИ в цифровую эпоху заключается не в противостоянии, а в создании конвергентных медиапродуктов, где каждая платформа выполняет свою функцию в рамках единого контент-стратегии, что в полной мере характерно для современных гик-медиа [19].

Авторский состав, основные жанры и языковой регистр. Четвёртой отличительной чертой выступает специфический языковой регистр и визуальный код, ориентированные на «своих». Язык материалов насыщен профессиональным сленгом, устоявшимися англицизмами (гайд, квест, спойлер, фэндом) и интертекстуальными отсылками. Формирование этого особого «лексико-стилистического» кода, как отмечают исследователи, является ключевым механизмом маркирования «своих» и укрепления групповой идентичности в изданиях, посвящённых современным субкультурам. Этот код зарождался ещё в ранней игровой прессе: например, авторы «Game.EXE» целенаправленно «создавали эту самую игровую журналистику», придумывая новые слова и экспериментируя с философской эссеистикой в стиле гонзо-журналистики.

Экономическая модель. Наконец, пятой особенностью является адаптивная, общественно-ориентированная экономическая модель. Кризис традиционной печатной прессы вынудил устойчивые гик-издания искать новые пути финансирования. Наиболее показательным примером стала краудфандинговая кампания по спасению журнала «Мир фантастики», трансформировавшая читателей в сообщество соинвесторов. Эта модель, наряду с интеграцией в индустрию развлечений, доказывает, что выживание таких медиа возможно лишь при прямой поддержке лояльного комьюнити. Экономика таких изданий иллюстрирует логику «поля» культурного производства, описанную П. Бурдьё, где символический капитал (уважение и признание внутри сообщества) может конвертироваться в экономический (финансовая поддержка подписчиков) [20]. Читатели здесь выступают как «просьюмеры» – активные потребители, которые через финансирование и

соучастие напрямую влияют на производство контента, значимого для их идентичности [21]. Данный подход отражает и общекультурный тренд интеграции гик-культуры в мейнстрим, популяризированный, в частности, таким явлением, как ситком «Теория большого взрыва» [22].

Таким образом, типологический портрет современного российского журнала гик-культуры складывается из синтеза глубокой работы с увлечённой аудиторией, широкого междисциплинарного охвата, обязательного присутствия в цифровой среде, использования особого языка и экономики, основанной на прямых взаимоотношениях с сообществом. Именно эти особенности позволяют ему оставаться важнейшим институтом самоорганизации и культурной идентификации в рамках гик-суперсубкультуры [1; 9].

Выводы по первой главе

Журналы гик-культуры в России представляют собой самостоятельный сегмент периодики, целью которого является глубокий анализ и освещение явлений фантастики, игр, комиксов и смежных сфер. Как и любой вид специализированной журналистики, он обладает уникальными чертами и постоянно трансформируется под влиянием времени и технологий.

Современное состояние гик-журналистики определяется процессами цифровизации и кризисом традиционных бизнес-моделей. Наиболее успешные издания сегодня – это мультиплатформенные медиапроекты, где печатный выпуск существует как премиальное ядро для лояльного сообщества, а основное взаимодействие с аудиторией происходит через веб-сайты, социальные сети и подкасты. Именно прямая, партнёрская связь с комьюнити, подтверждённая практикой краудфандинга, становится новой экономической основой для их выживания.

Таким образом, перспективы печатных гик-журналов в их классическом формате остаются неочевидными. Однако сам сегмент гик-журналистики не

исчезает, а активно переформатируется, отвечая на ключевой запрос своей аудитории – быть не просто источником новостей, а важным институтом культурной идентификации и платформой для самоорганизации внутри сообщества.

Глава 2 Структурно-содержательные особенности журналов «Мир фантастики» и «Все звезды»

2.1 Специфика контента журнала «Мир фантастики»

Журнал «Мир фантастики» впервые появился на полках в 2003 году. Он был задуман как первое в России полноцветное гляцевое издание, которое предложит принципиально новый подход к гик-культуре [1]. Если до этого фантастика и фэнтези освещались в основном в литературных журналах или узкоспециализированных изданиях, то «Мир фантастики» с самого начала декларировал синкретичную концепцию «фантастика во всех её проявлениях». Это означало, что на страницах одного номера читатель мог найти глубокий разбор литературного жанра, рецензию на блокбастер, статью об истории комиксов и анализ научной концепции из видеоигры. Такой подход определил уникальную нишу журнала, ориентированного на взрослую, искушённую аудиторию, и позволил ему избежать периода хаотичных экспериментов с форматом, быстро обретя устойчивую структуру [1]. Позиционирование журнала как «первого гляцевого издания» о фантастике было стратегией завоевания символического капитала в формирующемся «поле» русскоязычной гик-культуры, позволявшей ему с самого начала устанавливать стандарты качества и вкуса для сообщества [20].

Эта структура сделала журнал эталонным примером интеллектуально-аналитического гик-издания, медиа для узкого, увлечённого комьюнити, для которого фантастика – предмет глубокого изучения. Устойчивая система постоянных рубрик не только полюбилась аудитории, но и стала механизмом, работающим на формирование и укрепление этого самого сообщества.

Рубрика «Слово главного редактора». Отдельное место на первых страницах каждого номера отводилось вступительному слову главного редактора. Как правило, здесь он заявлял о будущих планах, рассказывал о том, что произошло в мире фантастики за прошедший месяц, а также кратко

резюмировал содержание вышедшего номера журнала, задавая тон всему выпуску [7; 13; 15].

Рубрика «Спецматериал». Центральный аналитический блок каждого номера, представляющий собой масштабную самостоятельную статью объемом 8-15 страниц. Этот материал был законченным глубоким исследованием, где автор выступал как исследователь-аналитик. Он строился вокруг «специальных интересов» гик-аудитории, предлагая системный анализ нишевых явлений. Например, спецматериал «Самые разные панки» (октябрь 2025) был посвящён классификации фантастических поджанров с суффиксом «-панк», что соответствует ключевой гик-ценности – разграничению и систематизации «своего» культурного поля [13].

Рубрика «Врата миров». Данный блок представлял собой тематическую подборку статей, часто в формате рейтинга. Он фокусировался на конкретном явлении внутри фантастических вселенных, как, например, топ-10 вымышленных революций, где каждая позиция содержала разбор причин, хода и итогов.

Рубрика «Книжный ряд». Один из ключевых разделов, выполнявший функцию системы профессиональной критики и рекомендаций. Помимо этого, он выступал как навигатор и «повестка дня» для комьюнити, определяя, какие литературные новинки достойны коллективного обсуждения.

Рубрика «Видеодром». Раздел, посвященный кино, сериалам и видеоиграм. Его материалы, варьирующиеся от рецензий до историко-аналитических статей, служили образцом синкретичного подхода журнала. Статьи здесь, как, например, разбор фильма «Марсианин» Кирилла Размысловича (октябрь 2025), были рассчитаны на «посвящённого» читателя. Автор начинает не с актёров, а с анализа научного метода писателя Энди Вейера, его программ для расчёта орбит, апеллируя к внутренней экспертизе аудитории, ценящей «разбор полётов» [13]. Детальный анализ того, как создатели отстаивали идею, что «Марс и технические проблемы сами по себе служат отличными антагонистами», демонстрирует понимание нарративных

тропов, значимых для вдумчивого зрителя-гика. Подобный стиль письма – апелляция к экспертизе, а не к эмоциям – можно рассматривать как элемент «драматургического перформанса» (И. Гофман), где журналист и читатель исполняют роли знатоков, подтверждая свою принадлежность к интеллектуальной части гик-сообщества [18].

Рубрика «Игровой клуб». Данный блок был посвящён настольным и ролевым играм – неотъемлемой части гик-культуры [43]. Здесь публиковались обзоры новинок, разборы правил и репортажи с конвенций.

Рубрика «Машина времени». Научно-популярный раздел, публиковавший материалы о реальной науке, истории и технологиях, лежащих в основе фантастики. Он удовлетворял типичный гик-запрос на достоверность и «фактчекинг» внутри вымышленных миров.

Рубрика «Фан». Особый раздел, отведённый под творчество читателей. Он напрямую превращал пассивную аудиторию в соавторов, выполняя ключевую функцию диалога с сообществом. Последующий успешный краудфандинг по возрождению журнала в 2022 году стал прямым доказательством силы этого сплочённого комьюнити, готового финансово поддерживать «свое» медиа. Эта рубрика выполняла функцию не просто обратной связи, а символической легитимации. Публикуя работы читателей, журнал аккумулировал их символический капитал преданности и таланта, укрепляя общее поле, а для самих авторов это был способ быть признанным «обобщенным Другим» – авторитетным сообществом единомышленников [20; 23].

Таким образом, журнал «Мир фантастики» – это ведущее отечественное синкретичное издание, чья рубрикальная структура стала институализированной площадкой для гик-комьюнити [1]. Через устойчивую систему разделов, сочетающих глубокий анализ, экспертные обзоры и диалог, журнал служил не просто развлечению, а углублению знания, систематизации интересов и укреплению связей внутри группы, что и позволило ему занять уникальную нишу и сохранить лояльную аудиторию [18; 20].

2.2 Особенности структуры и содержания журнала «Все звезды»

Журнал «Все звезды» представляет собой модель визуально-фанатского гик-издания, ориентированного на подростковый сегмент гик-культуры [1]. Его принадлежность к этой сфере доказывается не через интеллектуальный анализ, а через механизмы формирования фанатской идентичности, культ объекта интереса и создание материальной субкультуры [8].

Анализ выпусков за 2025 год (№ 678; № 690; № 691) позволяет выявить отлаженную медиастратегию, построенную на устойчивой, но гибкой структуре, где визуальный компонент доминирует над текстовым [11; 12].

На протяжении многих лет существования журнала «Все звезды» на страницах печатной версии сохранялись постоянные рубрики, которые так полюбились аудитории. Именно им уделялось большое внимание журналистов [11; 12].

Рубрика «Центральный спецматериал». Ядро каждого номера, посвящённое глубокому разбору одного культового объекта гик-культуры. Материал служит главным источником экспертизы для фанатов, предлагая тематические «досье», «тайны» и «секреты» [12]. Например, выпуск № 690 был построен вокруг сериала «Очень странные дела», а № 691 – вокруг игровой вселенной «Five Nights at Freddy's».

Рубрика «Где они теперь?». Постоянный блок, отслеживающий судьбы культовых музыкальных групп после пика их популярности. Он обслуживает ностальгический интерес аудитории и позволяет поддерживать актуальность таких явлений, как ABBA, BTS или Crazy Town [12].

Рубрика «История в мемах» / «А ты не знал?!». Развлекательно-познавательный блок, который декодирует для подростковой аудитории происхождение интернет-феноменов (например, мемы с Киану Ривзом) или объясняет малоизвестные факты и жаргонизмы [12].

Локализованные тематические материалы. Краткие статьи, выступающие навигатором по нишевым трендам и субкультурам. В разных

выпусках они были посвящены явлениям вроде «ЕГЭ по-корейски», «Киностиля» или технологическим обзорам.

Интерактивные рубрики (Тесты, Конкурсы). Блоки, превращающие чтение в игру и активно вовлекающие аудиторию в комьюнити. В выпусках публиковались тесты на знание групп (например, «Три дня дождя»), а также анонсировались конкурсы с розыгрышами альбомов и билетов [12].

Интерактивные рубрики напрямую апеллируют к механизму «социальной самости» (Ч. Кули), где восприятие себя формируется через реакцию «зеркала» – в данном случае, через успешное прохождение теста или победу в конкурсе, что подтверждает статус «настоящего фаната» в глазах сообщества [17].

Обратившись к номерам журнала, нами был сделан вывод, что ключевой продукт издания и его уникальное торговое предложение – это постер. 9-12 плакатов в номере являются не иллюстрацией, а главным предметом потребления и коллекционным артефактом. Их список в анонсах равнозначен по важности перечню статей. Возможность вырезать и повесить изображение кумира трансформирует личное пространство читателя в материальное воплощение его фанатской идентичности. Голосование за темы постеров через социальные сети выступает механизмом формирования внутреннего канона сообщества [8].

Постер выступает не просто украшением, а вещественным «символическим капиталом» (П. Бурдьё), демонстрирующим принадлежность к определенному «полю» фанатских интересов и уровень погружения в него. Коллекционирование постеров становится формой накопления этого капитала и визуальной маркировки личного пространства как гик-пространства [20].

Важной частью, размещённой на обороте постеров, являются рубрики для диалога с комьюнити. Рубрика «Фан-арт» публикует творческие работы читателей (рисунки, косплей), легитимизируя фанатское творчество и превращая аудиторию в соавторов. Регулярные конкурсы и розыгрыши создают ощущение «клуба» и прямого доступа к миру интересов [8].

Через эти практики читатель превращается из потребителя в «просьюмера», активно соучаствующего в наполнении медиапродукта своим творчеством [21]. Публикация его работы является актом символического признания со стороны «обобщенного Другого» – редакции и всего сообщества читателей, что укрепляет идентичность и лояльность [23].

Язык и дизайн журнала работают как опознавательный код «свой-чужой» для целевой подростковой аудитории. Издание использует прямые обращения («Приготовьтесь!»), риторические вопросы, подростковый сленг и гиперболы («культовая хоррор-вселенная»). Дизайн стилизован под ретро-глянец 2000-х годов с яркими, «кричащими» заголовками.

Этот специфический языковой и визуальный регистр формирует «габитус» (П. Бурдьё) – систему диспозиций, характерных для данного сообщества. Владение этим кодом (понимание сленга, отсылок) становится условием вхождения в группу и маркером «своих» [20].

Бизнес-модель издания основана на двух столпах. Во-первых, это массовые розничные продажи через киоски и маркетплейсы (Wildberries, Ozon, VK), что соответствует модели импульсной покупки. Во-вторых, это подписка через «Почту России» по льготной цене (123-149 рублей), которая позволяет стабилизировать лояльную аудиторию и создать регулярный денежный поток.

Таким образом, «Все звезды» функционируют как отлаженная фабрика по производству фанатской идентичности для подростков [1]. Его формула успеха – это сочетание предсказуемой шаблонности, дающей чувство комфорта и узнавания, с гибкостью тематического наполнения, обеспечивающей актуальность [8]. Устойчивая структура, где доминирующий визуальный артефакт (постер) дополнен адаптивным текстовым блоком и интерактивными рубриками, позволяет изданию удовлетворять базовые психологические потребности аудитории: визуальное коллекционирование, внешнюю маркировку принадлежности к сообществу и ощущение соучастия в комьюнити [17; 20; 21].

2.3 Сравнительный анализ журналов «Мир фантастики» и «Все звезды»

Сравнительный анализ журналов «Мир фантастики» и «Все звезды» позволяет выявить две принципиально разные, но взаимодополняющие модели функционирования нишевой периодики в современной российской медиасфере [19]. Несмотря на формальную принадлежность к сегменту изданий об увлечениях, эти проекты представляют собой два полюса одного медийного ландшафта, демонстрируя, как тема массовой культуры может быть реализована в противоположных стратегиях, отражающих глубинные различия внутри самой гик-культуры [1].

Центральное различие кроется в целеполагании и восприятии аудитории, что напрямую вытекает из разницы в миссии. «Мир фантастики» позиционирует себя как серьёзное аналитическое издание для взрослого, сложившегося гик-сообщества (возрастной костяк – 20+ лет). Его миссия заключается не в развлечении, а в экспертной навигации по миру фантастики, фэнтези и смежных медиа через глубокий анализ, интервью и профессиональные рецензии [7; 13; 15]. Журнал обращается к читателю как к эрудированному собеседнику, предлагая синтез знаний о книгах, кино, играх и науке. Его можно охарактеризовать как «медиа для культурных посредников», чья задача – легитимация, систематизация и критическое осмысление культурного поля [20]. В свою очередь, «Все звезды» представляют собой классический подростковый глянец с чёткой развлекательной функцией, ориентированный на аудиторию 12–20 лет [8]. Его задача – быть лёгким, эмоциональным проводником в мир актуальных кумиров и трендов поп-культуры [11; 12]. Аудитория здесь воспринимается не как сообщество экспертов, а как фанаты, нуждающиеся в ярких образах и оперативной информации. Это пример «диспозитивного» или «плейборн-медиа», спроектированного как готовый к немедленному использованию артефакт.

Эта фундаментальная разница в миссии напрямую детерминирует структуру и наполнение контента, формируя разные ценностные предложения. Содержание «Мира фантастики» строится вокруг авторских лонгридов, разборов вселенных, научно-популярных статей и критики [7; 13; 15]. Его главная ценность – уникальный аналитический текст, а визуальный ряд служит его дополнением. Журнал предлагает погружение и рефлекссию. Напротив, ядром «Все звезд» является визуальный продукт – в среднем 9-12 качественных постеров в номере, что превращает журнал из чтения в коллекционный артефакт [8; 12]. Текстовый контент здесь вторичен и представлен краткими новостями, слухами и интерактивными рубриками, создающими эффект игрового, «клубного» общения [11]. Его задача – быстрое переключение внимания и эмоциональная вовлечённость.

Стиль коммуникации и язык изданий также диаметрально противоположны и служат опознавательным кодом для своей аудитории [1]. «Мир фантастики» использует экспертную, но доступную лексику, допуская специальные термины и отсылки, понятные посвящённым. Его тон – уважительный и вдумчивый [13]. Примером может служить заголовок аналитического материала: «Экология Аракиса: между утопией и дистопией в "Дюне"». «Все звезды» общаются с аудиторией на её языке, используя разговорные интонации, подростковый сленг и провокационные, «кликбейтные» заголовки («ТЫ НЕ ПОВЕРИШЬ, что скрывает новый трейлер!»), что создаёт ощущение интимности и «своего» пространства [12]. Ретро-гламурный дизайн журнала, стилизованный под эстетику 2000-х, дополнительно усиливает этот эффект [8].

Наиболее показательно различие в бизнес-моделях и адаптации к цифровой среде, что раскрывает их разные пути выживания. «Мир фантастики», пережив кризис печатной индустрии и временное закрытие в 2018 году, совершил стратегический поворот к модели, основанной на прямых отношениях с сообществом. Его возрождение благодаря краудфандингу и поддержке издательства Hobby World трансформировало читателей в

соинвесторов, обеспечив финансовую независимость и новую легитимность. Эта модель близка к «экономике дара» (gift economy), где финансовая поддержка со стороны сообщества является ответным даром за символические ценности (экспертизу, чувство принадлежности), производимые журналом, что создаёт устойчивые некоммерческие связи внутри комьюнити [6].

Сегодня журнал существует как мультиплатформенный проект, где печатная версия является премиальным ядром для лояльного комьюнити [19]. «Все звезды» остаются верны классической массовой модели, основанной на больших тиражах и розничных продажах [8]. Их сила – в уникальном физическом продукте (плакате), который сложно полноценно заменить цифровым аналогом, и в умении оперативно реагировать на конъюнктуру подростковых трендов через выпуск тематических спецвыпусков. Их устойчивость основана на точном попадании в сиюминутный спрос широкого круга потребителей. Взаимодействие с аудиторией здесь строится по логике «креативного потребления», где читатель, участвуя в интерактивах и создавая фанарт, со-производит развлекательный опыт, оставаясь при этом в рамках классической товарно-денежной модели [21; 6].

Таким образом, «Мир фантастики» и «Все звезды» демонстрируют два фундаментальных и взаимодополняющих ответа на вызовы современной медиаиндустрии [19]. Их противостояние – это не просто конкурентная борьба, а отражение глубинной сегментации самой гик-культуры на «ядро» (взрослое комьюнити, ценящее экспертизу, канон и глубокий анализ) и «периферию» (подростковую аудиторию, ориентированную на актуальные тренды, визуальную идентичность и эмоциональную вовлечённость) [1]. «Мир фантастики» представляет собой нишевое издание-институт, выживающее за счёт глубины контента и партнёрства с аудиторией, превратившейся в сообщество сторонников [20]. «Все звезды» – это массовый диспозитивный продукт, существующий за счёт точного попадания в сиюминутные запросы [8]. Их параллельное и устойчивое существование доказывает внутреннюю сегментированность и зрелость гик- и молодёжной периодики, которая

способна вмещать и поддерживать как интеллектуальные проекты для «посвящённых», так и коммерческие продукты для широкой аудитории, удовлетворяя тем самым разнородные культурные и медийные потребности в рамках одного большого медиаландшафта.

Проведённый сравнительный анализ наглядно демонстрирует, как структура и особенности исследуемых журналов («Мир фантастики» и «Все звезды») являются прямым следствием их ориентации на разные сегменты гик-аудитории и реализации принципиально различных медиастратегий. Это подтверждает ключевую гипотезу о внутренней неоднородности гик-культуры и позволяет достичь цели исследования – выявить и проанализировать особенности функционирования и развития журналов гик-культуры в России на современном этапе через призму двух конкурирующих моделей: аналитической, общественно-ориентированной («Мир фантастики») и массовой, развлекательно-визуальной («Все звезды») [1; 19].

Выводы по второй главе

Несмотря на то, что печатные глянцевого журналы перестают занимать доминирующее положение в системе современных медиа, на примере отечественных изданий «Мир фантастики» и «Все звезды» мы видим, что нишевые гик-медиа продолжают существовать и эволюционировать, занимая специфические сегменты рынка.

Анализируя структурно-содержательные особенности контента, удалось установить, что оба издания, несмотря на разную целевую аудиторию и подход, являются полноценными представителями гик-культуры. Их ключевые различия заключаются в глубине анализа и формате подачи: «Мир фантастики» делает акцент на интеллектуальном, синкретичном исследовании явлений, тогда как «Все звезды» фокусируется на визуальном фанатстве и поддержании актуальных культов для подростковой аудитории. Тем не менее,

оба журнала создают ценность для читателя, формируя сообщество и предоставляя экспертный или эмоционально вовлекающий контент.

Исследуя особенности рубрикальной структуры, можно проследить, что гик-журналистика использует её как инструмент для сегментации интересов и укрепления связи с аудиторией. Каждая рубрика, будь то аналитический «Спецматериал» или коллекционный блок постеров, обслуживает конкретную потребность гик-сообщества – в систематизации знаний, профессиональных рекомендациях или визуальной самоидентификации. Этот структурный каркас обеспечивает устойчивость издания и предсказуемость для лояльной аудитории.

Заключение

Проведённое исследование посвящено гик-журналистике как динамичному сегменту российской периодики, ставящему перед собой цель глубокого анализа и обсуждения явлений фантастики, фэнтези и смежных областей поп-культуры, а также информирования аудитории о событиях в этой сфере. Как и любой другой вид специализированной журналистики, она обладает своими уникальными особенностями, которые активно трансформируются под влиянием времени и технологий.

В данной работе были последовательно решены поставленные задачи: изучена история становления и развития гик-культуры и её медиа в России; выявлены ключевые типологические особенности журналов этого направления; проведён детальный анализ специфики контента и структуры отечественного журнала «Мир фантастики»; охарактеризованы особенности структуры и содержания массового издания «Все звезды»; выполнен их сравнительный анализ.

Проведённый анализ позволил сделать вывод, что гик-журналистика, будучи относительно молодым сегментом, ставит своей целью не просто информирование, но и глубокое осмысление явлений современной массовой культуры, выступая культурным навигатором для своей аудитории. Этот вид журналистики обладает ярко выраженными отличительными чертами и активно трансформируется, реагируя на изменения в медиасреде.

Современное состояние гик-журналистики в значительной степени определяется процессами цифровизации и конвергенции. На примере исследованных изданий видно, что их выживание и развитие тесно связано с адаптацией к онлайн-среде. Наиболее успешные проекты, такие как «Мир фантастики», не отказываются от печатного формата, но фундаментально пересматривают его экономическую модель, переводя отношения с аудиторией в плоскость прямого партнёрства через краудфандинг. Это указывает на то, что

будущее нишевой печатной прессы лежит не в конкуренции с интернетом, а в создании премиального продукта, ценного для сплочённого комьюнити.

В системе современных медиа традиционные журналы гик-культуры сталкиваются с серьёзными вызовами, и их перспективы в привычном формате неочевидны. Однако, как показало исследование, гик-журналистика не исчезает, а активно переформируется. Она продолжает функционировать и развиваться, превращаясь в мультиплатформенные медиа-экосистемы, где печатный или цифровой журнал становится смысловым ядром, вокруг которого выстраиваются деятельность в социальных сетях, производство подкастов, организация мероприятий и прямое взаимодействие с сообществом.

Изучение структурно-содержательных особенностей двух изданий позволило установить, что внутри самого сегмента существует чёткое разделение на разные модели. «Мир фантастики» и «Все звезды», представляя гик-культуру, реализуют противоположные стратегии: первое – это аналитическое издание-институт для взрослого комьюнити, второе – развлекательный продукт для подростковой аудитории. Это доказывает, что гик-аудитория неоднородна, и её запросы варьируются от глубокой экспертизы до лёгкого визуального контента. Тем не менее, оба типа изданий сохраняют ценность для своих читателей, предлагая им полноту и качество информации в избранном формате.

Сравнительный анализ подтвердил, что эти модели не конкурируют, а взаимодополняют друг друга, удовлетворяя разнородные культурные потребности внутри одной суперсубкультуры: глубину знания и рефлексии – с одной стороны, и визуальную идентификацию, эмоциональную вовлечённость – с другой [1].

Таким образом, можно заключить, что гик-журналистика является перспективной и востребованной областью, которая продолжает развиваться, несмотря на все трансформации медиарынка. Её структура и содержание находятся под значительным влиянием цифровых технологий, что приводит к

появлению новых форматов и бизнес-моделей. Устойчивый интерес к фантастике, играм, комиксам и кино обеспечивает постоянный спрос на качественную журналистику в этой сфере. Это делает гик-журналистику динамичным направлением в системе средств массовой информации, а её изучение - актуальным полем для дальнейших научных исследований.

Список использованных источников

- 1 Казакова, Г. М. Гик-культура в контексте культурологического анализа / Г. М. Казакова, Е. А. Андреев, И. Д. Тузовский // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2018. – № 31. – С. 64–73.
- 2 Андреев, Е. А. Гик-комьюнити как суперсубкультура / Е. А. Андреев, И. Д. Тузовский // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. – 2017. – № 3. – С. 22–26.
- 3 Fiske, J. Understanding Popular Culture / J. Fiske. – Boston: Unwin Hyman, 1989. – 206 p.
- 4 Backe, E. L. Freaks & Geeks: A Cultural History of the Term "Geek" / E. L. Backe // The Geek Anthropologist. – 2014. – 17 октября. – URL: <https://thegeekanthropologist.com/2014/10/17/freaks-geeks-a-cultural-history-of-the-term-geek/>.
- 5 McCain, J. A Psychological Exploration of Engagement in Geek Culture / J. McCain, B. Gentile, W. K. Campbell // PLOS ONE. – 2015. – URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0142200>.
- 6 Быховская, И. М. Фандомы – сообщества цифровой эпохи: гибридная культура в околоспортивном измерении / И. М. Быховская, И. Ю. Люлевич // Социология власти. – 2018. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fandomy-soobschestva-tsifrovoy-epohi-gibridnaya-kultura-v-okolosportivnom-izmerenii>.
- 7 «Мир фантастики» : журнал. – 2025. – № 262 (сентябрь).
- 8 «Когда-то популярными были бойзбэнды, а сейчас – К-поп и аниме». Интервью с редакцией журнала «Все звёзды» // [2x2.media](https://media.2x2tv.ru/vse-zvezdy-interview/). – 2022. – URL: <https://media.2x2tv.ru/vse-zvezdy-interview/>.
- 9 Брушкова, Л. А. Гик-культура как молодежная суперсубкультура цифрового общества / Л. А. Брушкова, И. А. Владимиров // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2019. – Т. 10, № 2. – С. 19.

- 10 Владимирив, И. А. Гик-культура как новый молодежный социокультурный феномен современного российского общества / И. А. Владимирив // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. – 2019. – № 3 (39). – С. 114–118.
- 11 «Все звезды» : журнал. – 2025. – № 678 (июнь).
- 12 «Все звезды» : журнал. – 2025. – № 690, 691 (декабрь).
- 13 «Мир фантастики» : журнал. – 2025. – № 263 (октябрь).
- 14 Стрепетивов, А. Зачем играть в dungeons & dragons в 2019 году? / А. Стрепетивов // Мир фантастики. – URL: <https://www.mirf.ru/games/zachem-igrat-dungeons-and-dragons-2019>.
- 15 «Мир фантастики» : журнал. – 2025. – № 264 (ноябрь).
- 16 Мид, Г. Дж. Разум, Я и общество / Г. Дж. Мид; сост. и пер. В. Г. Николаев, отв. ред. Д. В. Ефременко // Избранное: Сб. переводов. – М., 2009. – С. 138–218.
- 17 Кули, Ч. Социальная самость / Ч. Кули; пер. с англ. Т. О. Новиковой; под ред. В. И. Добренъкова // Американская социологическая мысль: Тексты. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – С. 172–179.
- 18 Гофман, И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман; пер. с англ. А. Д. Ковалева. – М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2000. – 304 с.
- 19 Новикова, А. А. Медиаландшафт и стратегии выживания печатных СМИ в цифровую эпоху / А. А. Новикова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2019. – № 3. – С. 3–28.
- 20 Бурдые, П. Социальное пространство и символическая власть / П. Бурдые; пер. с франц. В. И. Иванова // THESIS: теория и история экономических и социальных институтов и систем. – М., 1993. – Вып. 2. – С. 137–150.
- 21 Асмолова, П. С. «Просьюмеры» в цифровой культуре: между потреблением и производством контента / П. С. Асмолова // Лаборатория рекламы. – 2021. – № 1 (74). – С. 33–39.

22 Дюкин, С. Г. К вопросу о формировании образа обобщенного Другого в виртуальном тексте / С. Г. Дюкин, И. В. Самойлова // Вестник Томского государственного университета. – 2016. – № 3(23). – С. 33–39.

23 Засурский, И. И. Масс-медиа второй республики / И. И. Засурский. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 272 с.

24 Баричко, Я. Б. Массовая, популярная и гик-культура: попытка фиксации полупрозрачных границ / Я. Б. Баричко // Вестник культуры и искусств. – 2023. – № 4 (76). – С. 35–43.

25 Емельянов, А. В. Массовая культура: аспекты трансформации / А. В. Емельянов // Молодой ученый. – 2012. – № 11. – С. 233–236.

26 Кирия, И. В. Цифровая культура и новые медиа: социальные практики в интернете / И. В. Кирия // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2017. – № 4. – С. 1–18.

27 Леонов, Н. И. Образ «Я» в виртуальном пространстве интернетнезависимых и интернет-зависимых социальных агентов / Н. И. Леонов, Т. А. Наумова // Педагогическое образование в России. – 2013. – № 4. – С. 119–121.

28 Максимова, О. А. «Цифровое» поколение: стиль жизни и конструирование идентичности в виртуальном пространстве / О. А. Максимова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 22(313). – С. 6–10.

29 Медведева, И. А. Способы создания образа «Я» в виртуальном дискурсе / И. А. Медведева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – № 13(267). – С. 65–68.

30 Михеев, М. И. Генезис понятия "гик" в современной культуре / М. И. Михеев, М. В. Дигелева, Е. Э. Лунина // Вестник Тверского государственного технического университета. Науки об обществе и гуманитарные науки. – 2016. – № 1. – С. 76–79.

31 Муртазина, М. Ш. Формы диалога культур в виртуальной среде / М. Ш. Муртазина // Вестник. – 2011. – № 4(71). – С. 42–47.

32 Поварич, П. П. Трансформация языка молодежных медиа в условиях диджитализации / П. П. Поварич // Язык и культура. – 2018. – № 42. – С. 178–191.

33 Погонцева, Д. В. Самопрезентация в киберпространстве / Д. В. Погонцева // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. – 2012. – № 1. – С. 66–72.

34 Рахимова, М. В. Концепт популярной культуры в современной англо-американской культурфилософии (философско-эстетический аспект): автореф. дис. ... канд. филос. наук / М. В. Рахимова. – М., 2009. – 26 с.

35 Соловьева, Л. Н. Человек в глобальном виртуальном пространстве: философское измерение / Л. Н. Соловьева // Общество: философия, история, культура. – 2016. – № 12. – С. 38–40.

36 Тихонов, О. В. Социальные сети как пространство самопрезентации индивида / О. В. Тихонов // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. – 2012. – № 2-2. – С. 196–198.

37 Флиер, А. Я. Культура как репрессивная система: традиция, творчество, конъюнктура / А. Я. Флиер, А. В. Костина // Общественные науки и современность. – 2010. – № 3. – С. 155–166.

38 Шаповаленко, А. А. Активность пользователя социальной сети (на примере vk.com) и особенности личностного самоопределения в юности / А. А. Шаповаленко // Педагогическое образование в России. – 2013. – № 4. – С. 133–138.

39 Владимирский, В. А. Русскоязычные фантастические журналы / В. А. Владимирский // Большая российская энциклопедия. – URL: <https://bigenc.ru/c/russkoiazychnye-fantasticheskie-zhurnaly-04e436/>.

40 Выживание в цифровую эпоху: как нишевые медиапроекты в России находят свою аудиторию // Ведомости. – 2025. – 14 октября. – URL: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2025/10/14/vizhivanie-v-tsifrovuyu-epohu-kak-nishevie-mediaproekti-v-rossii-nahodyat-svoyu-auditoriyu.

- 41 Geek // Cambridge Dictionary. –
URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/geek>.
- 42 Ловелл, С. Киберпанки и киберсвятые: интеллектуалы и Интернет
в постсоветской России / С. Ловелл // Неприкосновенный запас. – 2006. – № 3
(47).
- 43 Самсонова, Е. А. О субкоммуникациях в молодежных социальных
сетях / Е. А. Самсонова // Медiasкоп. – 2025. – Вып. 2. –
URL: <http://www.mediascope.ru/2918>.